

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Pembatasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Teori	8
2.1.1 Perilaku Konsumen	8
2.2 Keputusan Pembelian	9
2.2.1 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	9
2.2.2 Dimensi Keputusan Pembelian	11
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian	11
2.3 Citra Merek	15
2.3.1 Memilih Elemen Merek	16
2.3.2 Langkah-langkah Membangun Citra Merek	16
2.3.3 Dimensi Citra Merek	17
2.4 Kualitas Produk	17
2.4.1 Klasifikasi Produk	18
2.4.2 Dimensi Kualitas Produk	19
2.5 Iklan	20
2.5.1 Tujuan Iklan	21
2.5.2 Dimensi Iklan	21
2.6 Hasil Penelitian Sebelumnya	22

2.7	Hubungan Antar Variabel.....	24
2.7.1	Hubungan antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	24
2.7.2	Hubungan antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	24
2.7.3	Hubungan antara Iklan dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.7.4	Hubungan antara Citra Merek, Kualitas Produk dan Iklan dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.8	Hipotesis	25
2.9	Model Penelitian.....	26

BAB III METODE PENELITIAN..... 28

3.1	Desain Riset....	28
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.2.1	Jenis Data	28
3.2.2	Skala Likert	29
3.2.3	Sumber Data.....	29
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.3.1	Populasi.....	30
3.3.2	Sampel.....	30
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.4	Unit Analisis.....	31
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.5.1	Variabel Independen	31
3.5.2	Variabel Dependen.....	32
3.6	Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1	Uji Validitas	33
3.6.2	Uji Reliabilitas	33
3.6.3	Uji Normalitas.....	34
3.6.4	Uji Regresi Linier Berganda	34
3.6.5	Analisis Koefisien Determinasi.....	35

BAB IV HASIL 36

4.1	Analisis Karakteristik Responden.....	36
4.1.1	Karakteristik Responden.....	36
4.1.1.1	Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	36
4.1.1.2	Responden Usia	37
4.1.1.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	37
4.1.1.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.1.1.5	Responden Berdasarkan Penghasilan	39

4.2	Hasil Instrumen Penelitian	40
4.2.1	Uji Validitas	40
4.2.1.1	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1)	40
4.2.1.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	41
4.2.1.3	Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X_3)	42
4.2.1.5	Hasil uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .	43
4.2.2	Uji Reliabilitas	43
4.2.2.1	Uji Asumsi Klasik	44
4.2.2.2	Uji Normalitas	44
4.2.2.3	Uji Multikolinearitas.....	45
4.2.2.4	Uji Heteroskedastisitas	46
4.2.3	Analisis Statistik	47
4.2.3.1	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	47
4.2.3.2	Uji F	48
4.2.3.3	Uji t	48
4.2.3.4	Koefisien Determinasi (R^2)	50
BAB V PEMBAHASAN.....		53
5.1	Pembahasan Hasil penelitian	53
5.1.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan	53
5.1.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan.....	53
5.1.3	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan	54
5.1.4	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
5.1.5	Kualitas Produk Mempunyai Pengaruh Paling Dominan Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
5.2	Temuan Penelitian	55
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	55
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		56
6.1	Kesimpulan	56
6.2	Saran	57
6.3	Implikasi Hasil Penelitian	57
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN.....		59